

DE ROI-TOOL

MAAKT INZICHTELIJK HOEVEEL € 1 AAN MARKETING OPLEVERT

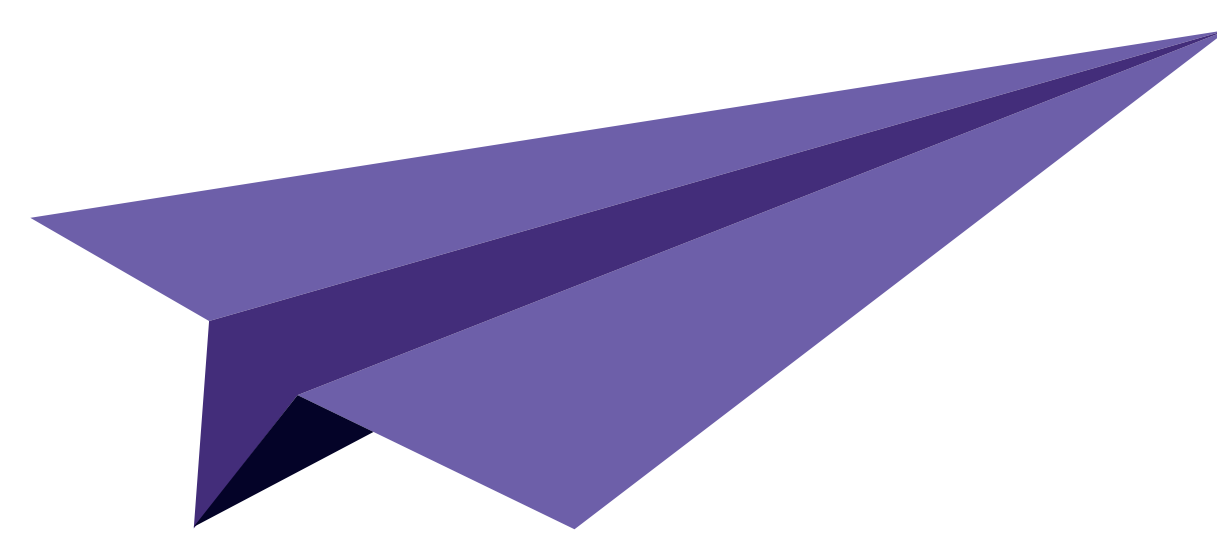


WAT IS DE ROI-TOOL?

Een slimme tool die exact in kaart brengt wat elke digitaal gependeerde marketingeuro oplevert. Zo weet je precies waar je jouw marketing-budget moet inzetten om het beste resultaat te behalen.

- ✓ Jouw marketingrendement inzichtelijk, óók per kanaal
- ✓ Meet alle touchpoints niet enkel de laatste
- ✓ Maakt onderscheid in lead en 'lead die sale wordt'

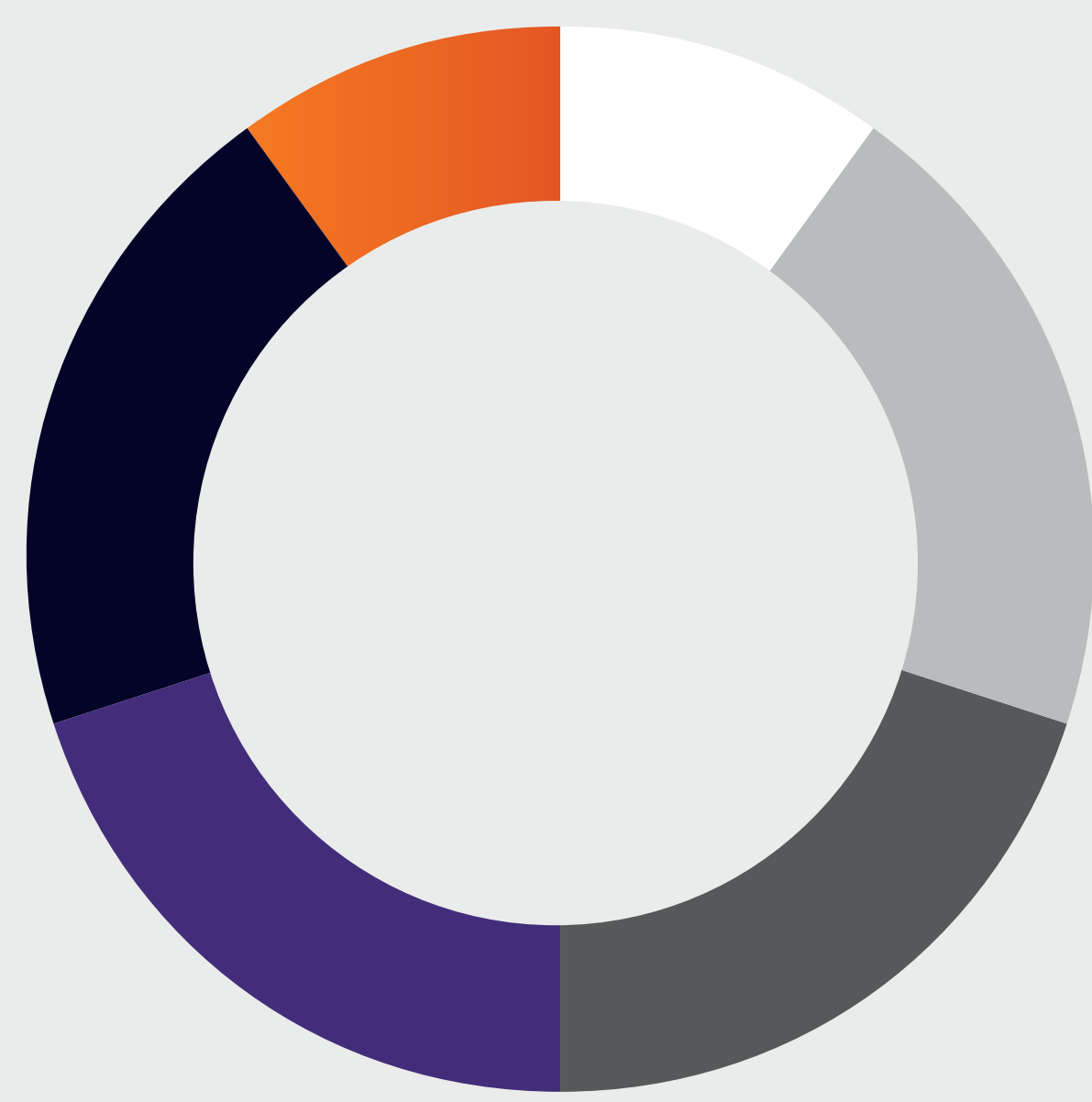
BEKIJK HET VOORBEELD VAN CURVES HOLLAND.



ZÓNDER DE ROI-TOOL

VERDELING MARKETINGBUDGET:

- 10% Organic search (SEO)
- 20% Paid search (campagne A)
- 20% Paid search (campagne B)
- 20% Paid search (campagne C)
- 20% Paid search (campagne D)
- 10% Marketing automation (Email)



HERKOMST LEADS DIE ÉCHT LID WORDEN

- 57% van de leads schrijft zich in tot lid.

Bekend is de herkomst van alle leads, onbekend is de herkomst van specifiek de leads die zich écht inschrijven tot lid.



CURVES HOLLAND VROEG ZICH AF



- Hoe effectief is mijn marketing?
- Is mijn budgetverdeling per kanaal optimaal?
- Wel of geen budget naar SEO?
- Welke kanaalcombinaties geven nieuwe leden, i.p.v. nieuwe leads?

DE ROI-TOOL AAN HET WERK

DE BELANGRIJKSTE TOUCHPOINTS: DIT KANAAL HEEFT INVLOED OP EEN LEAD DIE CONVERTEERT TOT LID

79% Organic search (SEO)

Zorgt dat zoektermen matchen bij het juiste moment in de klantreis.

56% Marketing automation

Meet wanneer een email via marketing automation zorgt dat je leads krijgt die ook écht lid worden.

47% Paid search (Ads)

Kijkt niet welke ad veel kliks of leads oplevert, maar naar leads die écht converteren tot lid én wat de waarde hiervan is.

MÉT DE ROI-TOOL

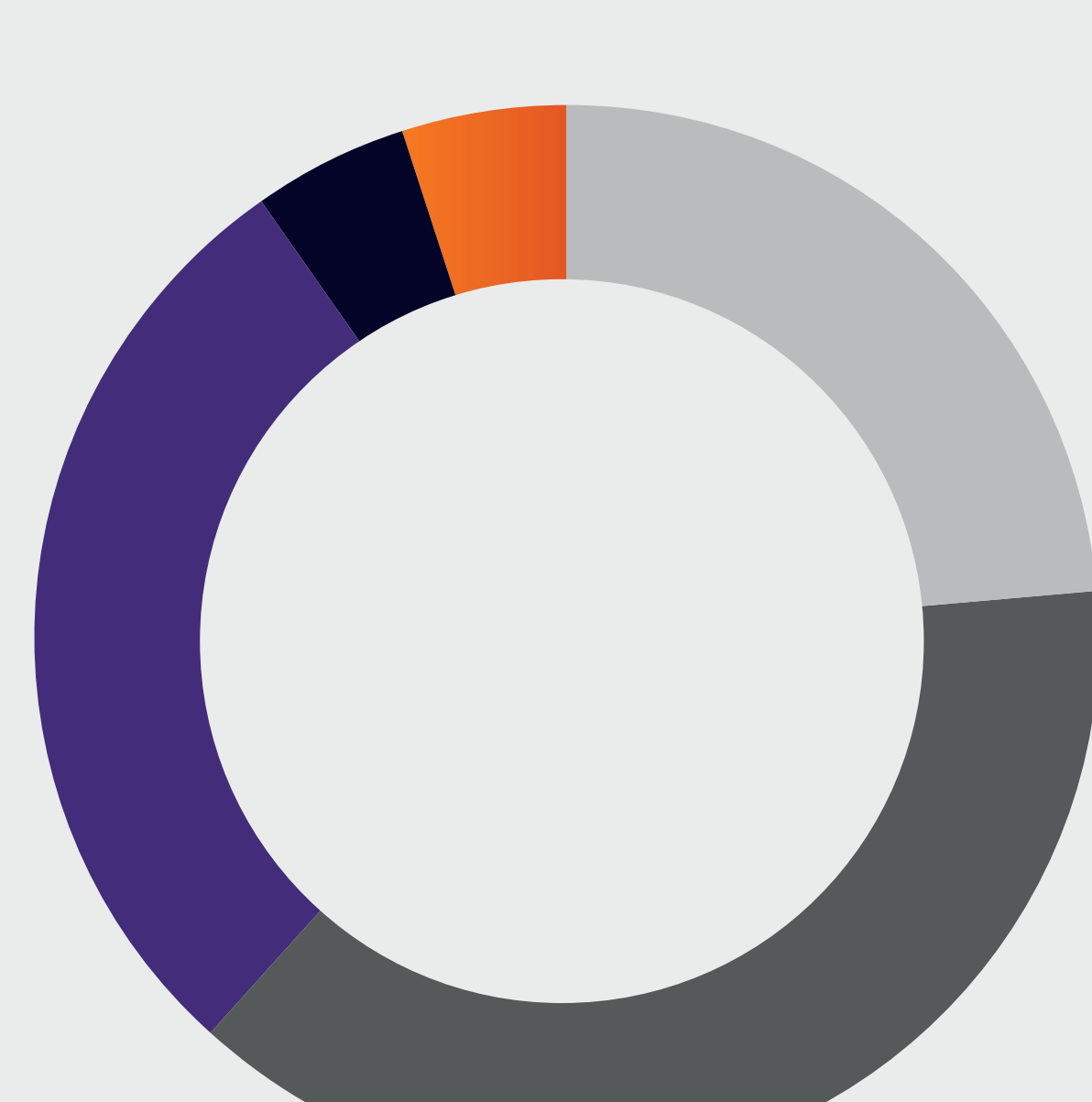
NIEUWE VERDELING MARKETINGBUDGET:

- 20% Organic search (SEO)
- 5% Paid search (campagne A)
- 25% Paid search (campagne B)
- 30% Paid search (campagne C)
- 0% Paid search (campagne D)
- 20% Marketing automation



HERKOMST LEADS DIE ÉCHT LID WORDEN:

- 25% Direct op locatie
- 40% Organic search (SEO)
- 30% Paid search
- 5% Marketing automation
- 5% Overig



WAT HEEFT DE ROI-TOOL GEDAAN?

- Marketing automation gaf weinig directe leads. Echter, de ROI-tool liet zien dat bij 8% van de leads **marketing automation belangrijk** is om ze te laten converteren tot lid.
- De ROI-tool zorgde voor **een betere verdeling van het marketingbudget**. Waardoor zowel paid- als organic search beter zijn gaan renderen.
- Het effect van SEO is getoetst op alle touchpoints. **Zoekwoorden zijn aangepast, voor een beter rendement** onderaan de streep. Hetzelfde geldt bij paid social ads.

WAT IS HET RESULTAAT VAN DE ROI-TOOL?



ROI: 807%

€1 aan marketing levert €8,07 omzet op

ROAS: 2824%

€1 mediabudget levert €28,25 omzet op